

# 「2015 한국의 소비자시장평가지표 및 소비생활지표」 공개 연구데이터 설명자료

## 1. 공개 연구데이터 개요

- (소비자시장평가지표 공개 연구데이터) 2015 소비자시장평가지표 가운데 소비자시장성과지수 산출을 위해 측정된 소비자면접조사 원시자료
  - 기초자료분석 보고서에 나와 있는 소비자시장성과지수 등 원시자료를 활용하여 산출한 가공데이터는 별도로 제공하지 않으며, 다만 원시 자료를 제공받은 연구자가 기초자료분석 보고서에 나와 있는 가공데이터를 산출할 시 산출식에 맞추어 사용
- (소비생활지표 공개 연구데이터) 2015 소비생활지표 110개 가운데 90개 소비생활지표 산출을 위해 측정된 소비자면접조사 원시자료
  - 기초자료분석 보고서에 나와 있는 원시자료를 활용하여 산출한 소비생활 개별지표 가공데이터(90개)는 별도로 제공하지 않으며, 다만 원시 자료를 제공받은 연구자가 기초자료분석 보고서에 나와 있는 가공데이터를 산출할 시 산출식에 맞추어 사용

※ 각 지표의 공개 연구데이터에 관한 상세한 내용은 【첨부 1】, 【첨부 2】 자료 참조

## 2. 공개 연구데이터 활용 및 범위

- (데이터 활용) 소비자시장평가지표 공개 연구데이터와 소비생활지표 공개 연구데이터를 개별적으로 혹은 연계하여 활용 가능
- (데이터 제공 범위) 지정된 기한 내 제출된 연구논문계획서 심사 후 선정된 연구계획서에 한해 제공

# 【첨부 1】 2015 한국의 소비자시장평가지표

## 1. 개념과 체계

- (개념) 우리나라의 상품 및 서비스별 시장이 얼마나 소비자 지향적으로 작동하는지를 평가하는 소비자 관점의 시장지표
- (체계) 2015년 한국의 소비자시장평가지표는 Primary Data인 소비자 설문 데이터를 분석한 소비자시장성과지수(CMPI : Consumer Markets Performance Index)와 Secondary Data인 가격 데이터를 분석한 소비자시장성과데이터(CMPD : Consumer Markets Performance Data)로 구성
- (소비자시장성과지수)\* 단계적 추출방식에 따라 선정된 총 50개 시장(재화 시장 21개, 서비스시장 29개)<sup>1)</sup>을 대상으로, 총 9개 지표에 대해 1개 시장당 소비자 500명이 평가하여 산출
  - \* 금번 공개 대상 연구 데이터
- (소비자시장성과데이터) 한국소비자원 참가격 데이터를 활용하여 가격 관점에서 시장 상황을 평가

## 2. 소비자시장성과지수

- (조사표본) 전국의 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 1개 시장당 500명씩 총 50개 시장에 대한 25,000명의 표본 추출
  - 각 시장의 대표품목을 2014.1.1~2014.12.31 기간에 구매 경험이 있는 소비자를 대상으로 설문
- (표본추출) 성·연령·지역별 인구비례 할당 추출 방식
- (조사기간) 2015.4.9~2015.5.8
- (조사방법) 1:1 대면조사
- (신뢰도) 95% 신뢰수준에서  $\pm 3.1\%p$  표본오차

1) 총 50개 시장은 통계청 2014 가계동향조사에서 측정된 우리나라 전체 가구 소비지출의 49.6%를 차지함

○ (평가시장) 21개 재화 시장, 29개 서비스 시장으로 다음과 같음

재화시장 (21개)	①빵 및 케익류 ②생수, ③맥주, ④교복, ⑤신발-운동화, ⑥가구, ⑦소형가전, ⑧영양보조제, ⑨시력보조기구-안경 및 콘택트렌즈, ⑩중고차, ⑪휴대폰 단말기, ⑫컴퓨터, ⑬캠핑용품, ⑭애완동물, ⑮ 화장품, ⑯육류및 육류가공품 ⑰TV ⑱신차⑲일반의약품⑳대형가전, ㉑도서
서비스시장 (29개)	①주택수리 및 인테리어, ②치과 치료, ③주유서비스, ④항공서비스, ⑤인터넷 이용, ⑥스포츠·운동시설 이용, ⑦방송서비스, ⑧유아/초등 학습지, ⑨프랜차이즈 커피숍, ⑩숙박시설-펜션, 콘도, ⑪이미용서비스-미용실, ⑫산후조리원, ⑬어린이집, ⑭연금보험, ⑮상조서비스, ⑯외식서비스, ⑰보장성 생명보험, ⑱해외여행패키지서비스, ⑲이동전화서비스, ⑳자동차보험, ㉑손해보험, ㉒신용카드, ㉓주택담보대출, ㉔자동차수리서비스, ㉕렌탈서비스, ㉖병원장례식장서비스, ㉗민간자격증시험, ㉘부동산중개서비스, ㉙영화관람서비스

○ (지표산출식) 각 평가항목별 산출식 및 소비자시장성과지수(CMPI), CMPIS I, CMPIS II, CMPIS III 점수 산정은 다음과 같음

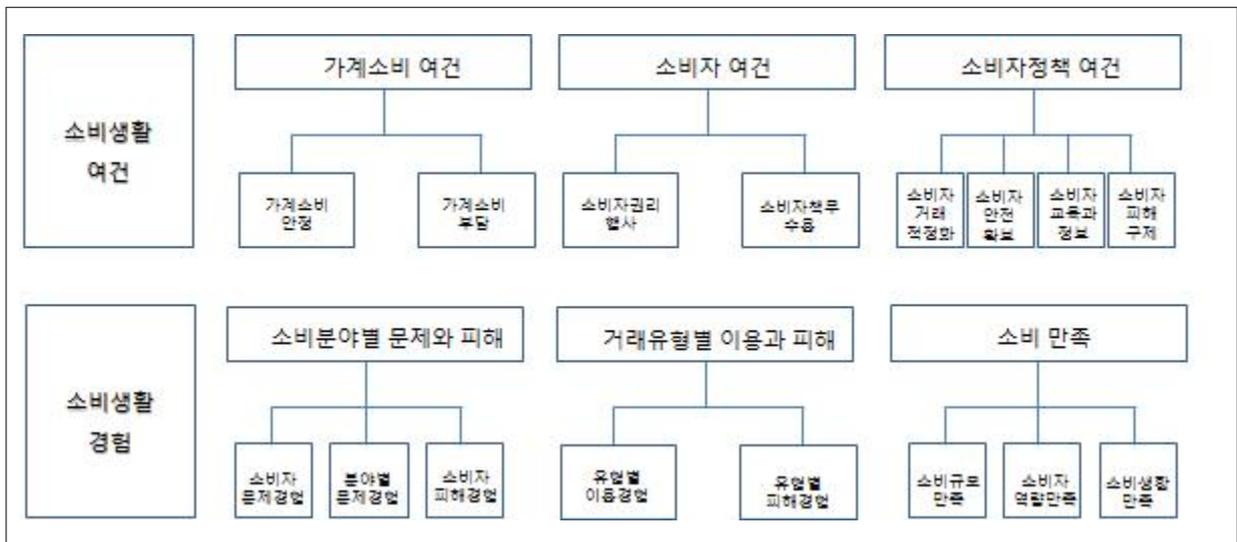
지표번호	지표명	개념 및 산식
소비자 시장 성과 지수	CMPI	- (Consumer Markets Performance Index) 개별평가항목 6개의 단일가중 평균값 - 비교용이성, 소비자문제 및 소비자불만 제기, 만족도, 신뢰성, 사업자 선택가능성, 가격 등에 각 항목별 동일 가중치(1/6) 부여
	CMPIS I	- (Consumer Markets Performance Index with Switching) 개별평가항목 7개의 단일가중 평균값 - 비교용이성, 소비자문제 및 소비자불만 제기, 만족도, 신뢰성, 사업자 선택가능성, 가격, 전환성 등에 각 항목별 동일 가중치(1/7) 부여
	CMPIS II	- (Consumer Markets Performance Index with Safety) 개별평가항목 7개의 단일가중 평균값 - 비교용이성, 소비자문제 및 소비자불만 제기, 만족도, 신뢰성, 사업자 선택가능성, 가격, 안전성 등에 각 항목별 동일 가중치(1/7) 부여
	CMPIS III	- (Consumer Markets Performance Index with Switching and Safety) 개별평가항목 8개의 단일가중 평균값 - 비교용이성, 소비자문제 및 소비자불만 제기, 만족도, 신뢰성, 사업자 선택가능성, 가격, 전환성, 안전성 등에 각 항목별 동일 가중치(1/8) 부여
1	비교용이성	- 구매시 다른 상품/서비스 관련 정보와 비교하기가 얼마나 용이한가'를 측정하는 단일지표로 시.장에서의 정보제공수준 및 정보 접근성, 비교가능성 등을 가늠 - 단일 문항의 10점 척도값
2.	소비자문제 및 불만	- (소비자문제) 소비자 문제 경험 여부, 경험빈도를 통해 개별 시장에서 소비자문제 발생 수준을 가늠 - (소비자불만) 불만제기 경로, 불만제기 경로별 처리 만족도를 통해 개별시장에서의 소비자불만 제기 유형과 강도를 가늠 - 소비자문제 경험 유/무와 불만 제기 경로에 대한 2개 문항을 묶어서 1개 문항값으로 산출 = 10점 : 소비자문제를 경험하지 않은 경우 = 5점 : 소비자문제를 경험, 소비자 불만 제기를 하지 않은 경우 = 3점 : 소비자 문제를 경험, 친구 혹은 가족에게 불만 제기 = 2점 : 소비자 문제를 경험, 업체(제조업체, 판매업체 등)에게 직접 불만 제기/ 기타 SNS 매체를 통한 불만 제기 = 0점 : 소비자 문제를 경험, 제3의 중재기관을 통해 불만 제기

지표번호	지표명	개념 및 산식												
3	만족도	- 구매한 재화 및 서비스가 구매 전 기대한 만큼 충분히 만족스러운가를 측정하는 지표로 시장에 대한 종합적인 기대 만족도를 가늠 - 단일 문항의 10점 척도값												
4	신뢰성	- 제조업체, 판매업체, 현행법제도가 충분히 소비자를 위한 각종 법, 규정을 준수하거나 보호하고 있다고 생각하는가를 평가하는 지표로 개별시장에서의 신뢰성 수준을 가늠 - 총 3개 문항(업체 2개 문항, 현행 법·제도 1개 문항)의 10점 척도 평균값												
5	사업자 선택가능성	- 시장 내 타 사업자의 선택 수준을 평가하는 단일 지표로 시장내 선택할 수 있는 다른 사업자가 충분히 많은 가를 측정하여 이를 통해 개별 시장 내의 경쟁 정도를 가늠 - 단일 문항의 10점 척도값												
6	가격	- 구매 가격에 대한 만족, 시장에서의 일반적인 가격수준에 대한 적정성 판단 등 개별 시장에서의 가격 수준을 평가 - 총 2개 문항(이용가격, 시장가격)의 10점 척도 평균값												
7	전환성	- 재화 및 서비스의 계속거래에 있어서 상품의 실제 전환 여부, 전환용이성, 전환고려를 평가하는 지표로 구성 - 총 3개 문항의 평균값 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">구분</th> <th style="width: 33%;">전환한 응답자</th> <th style="width: 33%;">전환하지 않은 응답자</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>전환용이성 및 전환 고려 여부에 대한 항목</td> <td>(A) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값</td> <td>(B) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값</td> </tr> <tr> <td>총점</td> <td>평균 (A)</td> <td>평균 (A)</td> </tr> </tbody> </table>	구분	전환한 응답자	전환하지 않은 응답자	전환용이성 및 전환 고려 여부에 대한 항목	(A) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값	(B) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값	총점	평균 (A)	평균 (A)			
구분	전환한 응답자	전환하지 않은 응답자												
전환용이성 및 전환 고려 여부에 대한 항목	(A) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값	(B) 총 3개 문항(전환용이성 2개 문항, 전환고려 1개 문항)의 10점 척도 평균값												
총점	평균 (A)	평균 (A)												
8	안전성	- 안전사고 경험 여부, 경험 빈도, 안전 인식도를 평가하는 지표로 구성되어 있으며, 소비자가 체감하는 개별시장의 안전성 수준 평가 - 총 2개 문항의 평균값 <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">구분</th> <th style="width: 33%;">경험하지 않은 응답자</th> <th style="width: 33%;">경험한 응답자</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>안전사고 경험에 대한 항목</td> <td>(A) 경험하지 않은 경우 10점</td> <td>(A) 경험한 경우 0점</td> </tr> <tr> <td>안전 인식에 대한 여부</td> <td>(B) 단일 문항의 10점 척도값</td> <td>(B) 단일 문항의 10점 척도값</td> </tr> <tr> <td>총점</td> <td>{(A) + (B)}/2</td> <td>{(A) + (B)}/2</td> </tr> </tbody> </table>	구분	경험하지 않은 응답자	경험한 응답자	안전사고 경험에 대한 항목	(A) 경험하지 않은 경우 10점	(A) 경험한 경우 0점	안전 인식에 대한 여부	(B) 단일 문항의 10점 척도값	(B) 단일 문항의 10점 척도값	총점	{(A) + (B)}/2	{(A) + (B)}/2
구분	경험하지 않은 응답자	경험한 응답자												
안전사고 경험에 대한 항목	(A) 경험하지 않은 경우 10점	(A) 경험한 경우 0점												
안전 인식에 대한 여부	(B) 단일 문항의 10점 척도값	(B) 단일 문항의 10점 척도값												
총점	{(A) + (B)}/2	{(A) + (B)}/2												

# 【첨부 2】 2015 한국의 소비생활지표

## 1. 개념과 체계

- (개념) 국민의 소비생활 여건과 경험을 진단하고 주요 소비자문제를 파악하는 척도
- (체계) 2개 부문 6개 영역 16개 하위영역 110개 개별지표로 구성되며 지표 체계는 다음과 같음



- (작성방법) 「한국의 소비생활지표조사」\*를 통해 확보된 데이터에 기반한 조사통계와 소비자보호관련 행정업무 담당 기관의 업무자료를 통해 재가공된 실적통계 등으로 작성됨.

- 「한국의 소비생활지표조사」를 통한 조사통계 지표는 90개(81.5%)이고 업무자료 재가공을 통한 실적통계 지표는 20개(18.5%)로, 지표 체계에서 소비생활 여건 부문 소비자정책 여건 영역에 해당되는 지표 20개는 모두 실적통계로 작성

지표 작성방법	통계 유형	지표 수
한국의 소비생활지표 조사	조사통계	90(81.5%)
소비자행정 업무자료 재가공	실적통계	20(18.5%)
전체	-	110(100.0%)

\* 금번 공개 대상 연구 데이터

## 2. 한국의 소비생활지표 조사

- (조사표본) 전국 시지역 이상 거주하고 있는 20대 이상 남녀 소비자 2,575명 (유효 표본기준)
- (표본추출) 성·연령·지역별 인구비례 할당 추출 방식
- (조사기간) 2015.4.1~2015.4.30
- (조사방법) 1:1 대면조사
- (신뢰도) 95% 신뢰수준에서 ±1.94%p 표본오차
- (지표산출식)

지표번호	지표명	개념 및 산식
1	월평균 가계소득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 함께 거주하고 있는 가계원 모두에 의해 매월 발생한 소득의 총합</li> <li>• 근로소득, 사업소득, 재산소득, 이전소득, 경조소득·퇴직금, 개인연금 등을 모두 합산한 월평균소득액</li> </ul>
2	가계소득 원천별 비율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로소득, 사업소득, 재산소득, 이전소득, 경조소득·퇴직금, 개인연금 등 6개 소득 원천이 전체 가계소득 원천에서 차지하는 비율(중복응답)</li> </ul>
3	소득원천별 월평균가계소득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 근로소득, 사업소득, 재산소득, 이전소득, 경조소득·퇴직금, 개인연금 등 6개 소득 원천별 월평균소득액</li> </ul>
4	소비생활 중산층 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비 수준을 기준으로 주관적으로 인식하는 계층 중 중산층에 속하는 것으로 응답한 소비자비율</li> <li>• 소비 수준 계층을 6단계(상상, 상하, 중상, 중하, 하상, 하하)로 구분하고 이중 '중상' 혹은 '중하'에 속한다고 인식하는 소비자비율</li> </ul>
5	소득-소비중산층 격차율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소득기준 중산층 비율과 실제 체감하는 중산층 비율간의 격차로, 소득을 기준으로 하여 객관적으로 집계되는 중산층(OECD 적용방식)과 소비생활을 통해 주관적으로 인식하는 중산층과의 차이 정도를 파악.</li> <li>• 소득 기준 중산층: 월평균 가계소득 기준 중간소득의 50%~150%</li> <li>• 실제 체감 중산층: 소비생활 중산층 귀속율(지표3)</li> </ul>
6	소비양극화 지수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주관적으로 인식하는 소비생활수준을 기준으로 양극화의 정도를 파악하기 위한 지수</li> <li>• 소비 수준 계층 6개 중 '상상+상하'에 속한다고 인식하는 소비자에 비해 '하상+하하'에 속한다고 인식하는 소비자비율을 '상류층 대비 하류층 비율'로 작성. 2007년도의 '상류층 대비 하류층 비율'을 기준(2007년=100)으로 할 때, 각 년도의 '상류층 대비 하류층 비율'의 상대적인 값을 소비양극화 지수로 작성함.</li> </ul>
7	전년대비 가계소득 증감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 전과 비교할 때, 가계소득이 증가했는지 혹은 감소했는지에 대한 주관적인 인식율.</li> <li>• [(약간증가+매우증가)-(약간감소+매우감소)] / 응답자 수×100</li> </ul>
8	전년대비 가계소비 증감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 전과 비교할 때, 가계소비가 증가했는지 혹은 감소했는지에 대한 주관적인 인식율.</li> <li>• [(약간증가+매우증가)-(약간감소+매우감소)] / 응답자 수×100</li> </ul>
9	전년대비 소득-소비 증감 격차율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 전과 비교할 때, 가계소득 증감율에 비해 가계소비 증감율의 차이.</li> <li>• 전년대비 가계소득 증감율(지표7)-전년대비 가계소비 증감율(지표8)</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
10	상대적 소비박탈감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 소비 수준이 이웃과 지인, 동료 등 준거집단에 비해 상대적으로 더 낮다고 인식하는 소비자비율</li> <li>• (상대적으로 매우 낮다+상대적으로 약간 낮다)/응답자 수×100</li> </ul>
11	1년 후 가계소득 증감 전망율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재와 비교할 때 1년 후 가계소득이 증가할지 혹은 감소할 지에 대한 주관적인 인식율</li> <li>• [(약간증가+매우증가)-(약간감소+매우감소)] / 응답자 수×100</li> </ul>
12	1년 후 가계소비 증감 전망율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재와 비교할 때 1년 후 가계소비가 증가할 지 혹은 감소할 지에 대한 주관적인 인식율</li> <li>• [(약간증가+매우증가)-(약간감소+매우감소)] / 응답자 수×100</li> </ul>
13	1년 후 소득-소비 증감 전망 격차율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재와 비교할 때 1년 후 가계소득 증감 전망율에 비해 가계소비 증감 전망율의 차이</li> <li>• 1년 후 가계소득 증감 전망율(지표11)-1년 후 가계소비 증감 전망율(지표12)</li> </ul>
14	지출비목별 경제적 부담 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 가계 소비지출 비목별 경제적으로 부담을 느낀 정도</li> <li>• 18개 가계 소비지출 비목 중 경제적 부담을 느낀 비목 3개를 중복 응답하여 각 비목별 응답 비율을 경제적 부담율로 파악</li> <li>• 18개 가계 소비지출 비목: 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비, 노인돌봄·영유아보육비, 정보통신비, 교통·자동차유지비, 여가여행비, 경조사비, 공공서비스비, 보건위생비, 저축·투자금, 개인보험·개인연금, 내구재구입비, 경상·비경상 세급, 국민연금·사회보험, 원리금 상환</li> </ul>
15	필수소비지출 경제적 부담 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18개 가계 소비지출 비목 중 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비 등 5대 필수소비지출 비목의 대한 경제적인 부담율의 합</li> </ul>
16	가계소비 증가 시, 주요 요인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 전과 비교하여 가계소비 규모가 증가한 경우, 소비 증가에 영향을 미치는 주요 요인별 순위</li> <li>• 가계소비 증가 요인 중 3개를 중복 응답하여 각 요인별 응답 비율로 주요 요인 순위 파악</li> <li>• 가계소비 증가 요인: 총 12개 요인 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재무적 요인: 소득증가, 자산 증가, 부채감소, 물가안정</li> <li>- 위험요인: 실직우려 감소, 노후준비부담 감소, 주거비부담 감소</li> <li>- 생활요인: 식생활비 증가, 교육비 증가, 의료비 증가, 기타</li> </ul> </li> </ul>
17	가계소비 감소 시, 주요 요인	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 전과 비교하여 가계소비 규모가 감소한 경우, 소비 감소에 영향을 미치는 주요 요인별 순위</li> <li>• 가계소비 감소 요인 중 3개를 중복 응답하여 각 요인별 응답 비율로 주요 요인 순위 파악</li> <li>• 가계소비 감소 요인: 총 12개 요인 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 재무적 요인: 소득 감소, 자산 감소, 부채 증가, 물가 인상</li> <li>- 위험요인: 실직우려 증가, 노후준비부담 증가, 주거비부담 증가</li> <li>- 생활요인: 식생활비 감소, 교육비 감소, 의료비 감소, 기타</li> </ul> </li> </ul>
18	1년 후 지출비목별 경제적 부담 전망율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1년 후 가계 소비지출 비목별 경제적으로 부담이 늘어날 것으로 전망하는 정도</li> <li>• 18개 가계 소비지출 비목 중 1년 후 경제적 부담이 늘어날 것으로 전망하는 비목 3개를 중복 응답하여 각 비목별 응답 비율을 경제적 부담율로 파악</li> <li>• 18개 가계 소비지출 비목: 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비, 노인돌봄·영유아보육비, 정보통신비, 교통·자동차유지비, 여가여행비, 경조사비, 공공서비스비, 보건위생비, 저축·투자금, 개인보험·개인연금, 내구재구입비, 경상·비경상 세급, 국민연금·사회보험, 원리금 상환</li> </ul>
19	1년 후 의무지출비목별 경제적 부담 전망율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18개 가계 소비지출 비목 중 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비 등 5대 필수소비지출 비목에 대해 1년 후 경제적인 부담이 늘어날 것으로 전망하는 비율의 합</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
20	지출비목별 현재-미래 경제적 부담 증감율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18개 가계 소비지출 비목별 현재 경제적 부담율과 미래 경제적 부담 전망율과의 차이</li> <li>• 지출비목별 경제적 부담율(지표14)-1년 후 지출비목별 경제적 부담 전망율(지표 18)</li> </ul>
21	소비자교육 참여경험율 및 참여의사율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 3년 이내 소비자교육에 참여해 본 경험이 있는 소비자비율과 향후 소비자 교육을 받을 기회가 있을 경우, 참여 의사가 있는 소비자비율.</li> <li>• 소비자교육 참여경험율: '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 소비자교육 참여의사율: '전혀없다', '별로없다', '많다', '이주많다' 중 (많다+이주 많다)의 응답 비율</li> <li>• 소비자교육 : 학교나 사회 등을 통해 소비자로서 올바른 권리행사, 물품구매 판단 능력 향상, 소비자피해예방 및 대처 등에 대한 정기적·비정기적 교육</li> </ul>
22	소비자리콜 참여경험율 및 참여의사율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 3년 이내 소비자리콜에 참여해 본 경험이 있는 소비자비율과 향후 소비자리콜을 받을 기회가 있을 경우, 참여 의사가 있는 소비자비율.</li> <li>• 소비자리콜 참여경험율: '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 소비자리콜 참여의사율: '전혀없다', '별로없다', '많다', '이주많다' 중 (많다+이주 많다)의 응답 비율</li> <li>• 소비자리콜: 식품, 공산품, 자동차 등의 결함이나 하자로 인해 업체 자발적 혹은 강제적으로 제품의 교환·수리·환급 등을 실시하는 제도</li> </ul>
23	미디어를 통한 정보로 구매행동을 바꾼 소비자비율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미디어를 통해 접한 소비자정보로 구매행동을 바꾼 경험이 있는 소비자비율</li> <li>• '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 미디어 소비자정보 : 방송, 신문, 잡지, 인터넷, SNS 등을 통해 접하는 기사나 뉴스</li> </ul>
24	소비자불만경험율 및 이의제기 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지난 1년간 사업자와의 거래 시 불만을 경험한 소비자비율과 불만 소비자 중 사업자에게 이의제기를 한 경험이 있는 소비자비율</li> <li>• 소비자불만 경험율: '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 이의제기 경험율: '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> </ul>
25	이의제기에 대한 사업자대응 불만족율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 지난 1년간 사업자에게 이의제기를 한 경험이 있는 소비자 중 사업자의 불만처리에 만족하지 못한 소비자비율</li> <li>• '만족', '불만족' 중 '불만족'의 응답 비율</li> </ul>
26	사업자대응 불만족 시 소비자분쟁의뢰 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업자의 불만처리에 만족하지 못한 소비자 중, 소비자관련기관 및 소비자단체, 정부부처, 지자체 등에 소비자상담이나 피해구제와 같은 분쟁의뢰 경험이 있는 소비자비율</li> <li>• '더 이상 조치를 취하지 않았다', '소비자관련기관, 단체에 피해구제 신청하였다', '정부부처, 지자체 등에 피해구제 신청하였다', '인터넷에 불만글을 게시하였다', '기타' 중 '소비자관련기관, 단체에 피해구제 신청하였다', '정부부처, 지자체 등에 피해구제 신청하였다'의 응답 비율</li> </ul>
27	소비자분쟁 해결방법별 인지도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자분쟁조정제도(ADR)와 법원 소송과 같은 소비자분쟁해결방법에 대해 인지하고 있는 소비자 비율</li> <li>• '안다', '모른다' 중 '안다'의 응답 비율</li> </ul>
28	소비자분쟁 해결방법별 용이성 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자분쟁조정제도(ADR)와 법원 소송과 같은 소비자분쟁해결방법에 대해 분쟁해결을 위해 용이하다고 인식하는 소비자비율</li> <li>• '전혀 용이하지 못함', '별로 용이하지 못함', '용이함', '이주 용이함' 중 (용이함+이주 용이함)의 응답 비율</li> </ul>
29	소비자단체·정부·기업 별 소비자참여활동 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 5년 이내 소비자단체, 정부, 기업의 소비자참여활동 경험이 있는 소비자비율</li> <li>• 소비자단체, 정부, 기업 각각 '있다', '없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 소비자참여활동 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자단체 참여: 회원가입, 캠페인동참, 단체주관 행사참여 등</li> <li>- 정부정책 참여: 정책평가단 활동, 정책프로슈머, 민원제기 등</li> <li>- 기업경영 참여: 제품 테스트단, 모니터요원, 음부즈만, 프로슈머 등</li> </ul> </li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
30	소비자단체·정부·기업 별 소비자참여활동 의사율	<ul style="list-style-type: none"> <li>향후 소비자단체, 정부, 기업의 소비자참여활동 기회가 있다면 참여할 의사가 있는 소비자비율</li> <li>‘전혀 없다’, ‘없다’, ‘많다’, ‘아주 많다’ 중 (많다+아주많다)의 응답 비율</li> </ul>
31	지속가능소비 실천행동	<ul style="list-style-type: none"> <li>최근 1년간 소비생활 과정에서 실천한 지속가능소비 행동 정도</li> <li>지속가능소비 행동:친환경상품 구매, 에너지절약, 자원재활용, 실천 선도, 윤리소비 등 5개 분야</li> <li>지속가능소비 행동 분야 5개 전체의 ‘전혀 실천하지 못함’, ‘대체로 실천하지 못함’, ‘보통 실천’, ‘대체로 실천’, ‘매우 잘 실천’ 각 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> </ul>
32	지속가능소비 분야별 실천행동	<ul style="list-style-type: none"> <li>최근 1년간 지속가능소비 행동 5개 분야별 실천 정도</li> <li>지속가능소비 행동 5개 분야별 ‘전혀 실천하지 못함’, ‘대체로 실천하지 못함’, ‘보통 실천’, ‘대체로 실천’, ‘매우 잘 실천’ 각 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> </ul>
33~ 52	소비자정책여건 관련 지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국의 소비생활만족도 조사를 통해 산출된 지표가 아닌 각 해당기관의 실적데이터로 금번 공개 연구데이터에 해당하지 않음</li> </ul>
53	연간 소비자문제 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>최근 1년간 소비생활 과정에서 1회 이상 소비자문제를 경험한 소비자비율</li> <li>소비생활의 주요 상품·서비스별로 경험한 소비자문제 유형 중 ‘소비자문제 경험 없다’를 선택한 응답자를 뺀 비율의 평균값</li> <li>소비자문제: 직접적인 소비자피해 뿐 아니라 소비생활의 불편이나 장애요인, 불편 사항 등 전반의 애로사항</li> <li>소비자문제유형: ① 품질불량 ② 품질대비 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 소비자정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자의 계약불이행이나 부당행위 ⑨ 교환·환불·배상 어려움 ⑩계약 후 해지 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타 ⑬ 없다</li> <li>주요 상품·서비스: 피복류, 세탁·수선서비스, 식품, 외식서비스, 가정용품, 주택수리서비스, 병원진료서비스, 사교육서비스, 경조사지원서비스, 이동통신서비스, 신차, 차량정비·수리서비스, 뷰티·헬스서비스, 여행서비스, 문화관광서비스 등 15개 분야</li> </ul>
54	연간 소비자문제 유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스 전체 소비과정에서 소비자가 경험하는 문제의 유형별 비율</li> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형을 제시하고 해당하는 곳에 모두 표시한 결과를 중복응답 집계하여 15개 상품·서비스 전체적으로 소비자문제 유형별 비율 파악</li> <li>15개 주요 상품·서비스 분야는 지표 53과 동일</li> <li>소비자문제 유형은 지표 53과 동일</li> </ul>
55	주요 상품·서비스별 ‘품질불량’ 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 품질불량을 경험한 소비자비율</li> </ul>
56	주요 상품·서비스별 ‘품질대비 비싼 가격’ 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 품질에 비해 비싼 가격을 경험한 소비자비율</li> </ul>
57	주요 상품·서비스별 ‘소비자안전불안’ 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 소비자안전 불안을 경험한 소비자비율</li> </ul>
58	주요 상품·서비스별 ‘소비자정보 부족’ 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 소비자정보 부족을 경험한 소비자비율</li> </ul>
59	주요 상품·서비스별 ‘소비자교육 부족’ 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 소비자교육 부족을 경험한 소비자비율</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
60	주요 상품·서비스별 '부당 표시·광고' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 부당한 표시·광고를 경험한 소비자비율
61	주요 상품·서비스별 '불리한 거래조건' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 소비자의 불리한 거래조건을 경험한 소비자비율
62	주요 상품·서비스별 '사업자 계약불이행' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 사업자 부당행위나 계약불이행을 경험한 소비자비율
63	주요 상품·서비스별 '교환· 환불·배상 어려움' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 교환·환불·배상 어려움을 경험한 소비자비율
64	주요 상품·서비스별 '피해구제 어려움' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 소비자 피해구제 어려움을 경험한 소비자비율
65	주요 상품·서비스별 '계약 후 해지 어려움' 경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 계약 후 해지 어려움을 경험한 소비자비율
66	주요 상품·서비스별 기타 문제경험율	• 15개 주요 상품·서비스별로 소비자문제 유형 중 기타 문제를 경험한 소비자비율
67	피복류 구매 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 의류·신발·가방 등 피복류 구매 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 피복류 구매 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 품질불량 ② 품질에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 교환·환불·배상 어려움 ⑧ 피해구제 어려움 ⑨ 기타</li> </ul>
68	세탁·수선서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 세탁·수선서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 세탁·수선서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>
69	식품 구매 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 식료품, 기호식품, 건강보조식품 등 식품류 구매 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 식품류 구매 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 품질불량 ② 품질에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 교환·환불·배상 어려움 ⑧ 피해구제 어려움 ⑨ 기타</li> </ul>
70	외식서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 외식, 포장, 배달 등 외식서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 외식서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
71	식품 위해불안감	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 식품을 구입하거나 음식을 섭취할 경우, 위해 발생을 우려하는 소비자 비율</li> <li>• 18개 식품 유형과 음식섭취 장소별 응답을 모두 합한 전체의 '매우 불안', '약간 불안', '약간 안심', '매우 안심' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 18개 식품 유형과 음식섭취 장소: 국산농산물, 국산수산물, 국산축산물, 수입농산물, 수입수산물, 수입축산물, 절임식품, 즉석·간편식품, 혼연식품, 냉동포장식품, 우유·유가공품, 빵·과자류, 생수·음료, 건강식품, 학교 앞 판매, 단체급식, 휴게소, 일반음식점</li> </ul>
72	식품 유형별 위해불안감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 14개 식품 유형별 위해 발생을 우려하는 소비자비율 및 식품 유형별 위해불안감 인식율의 비교</li> <li>• 14개 식품 유형별 '매우 불안', '약간 불안', '약간 안심', '매우 안심' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 14개 식품 유형 : 국산농산물, 국산수산물, 국산축산물, 수입농산물, 수입수산물, 수입축산물, 절임식품, 즉석간편식품, 혼연식품, 냉동포장식품, 우유유가공품, 빵과자류, 생수음료, 건강식품</li> </ul>
73	섭취장소별 위해불안감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 4개 섭취장소별 위해 발생을 우려하는 소비자비율 및 섭취장소별 위해불안감 인식율의 차이 비교</li> <li>• 4개 섭취 장소별 '매우 불안', '약간 불안', '약간 안심', '매우 안심' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 4개 섭취장소 : 학교앞 판매, 단체급식, 휴게소음식, 일반음식점</li> </ul>
74	가정용품 구매 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 가전, 가계, 부엌용품 등 가정용품 구매 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 가정용품 구매 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복 응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 품질불량 ② 품질에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 교환·환불·배상 어려움 ⑧ 피해구제 어려움 ⑨ 기타</li> </ul>
75	주택수리·인테리어 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 주택수리·인테리어서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자 문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 주택수리·인테리어서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>
76	병원진료서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 일반 병·의원, 치과, 한의원 등 병원진료서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 병원서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>
77	의료소비자권리보장 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 의료서비스를 이용하면서 의료소비자가 누려야할 권리에 대해 보장받고 있는지에 대한 소비자인식율</li> <li>• 5개 의료소비자권리 유형별 응답을 모두 합한 전체의 '매우 부족', '부족', '충분', '매우 충분' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 5개 의료소비자 권리 유형 : 병원, 의사 선택을 위한 비교정보 제공, 의사-환자 간 충분한 의사소통을 통한 치료 결정, 의료서비스·진료비·약제비 등에 대한 알권리, 의료기관이용·의약품 복용 시 안전확보, 의료소비자피해에 대한 배상 및 분쟁해결</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
78	의료소비자권리 유형별 보장인식을	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 의료소비자권리 5개 유형별 보장인식에 대한 소비자비율과 의료소비자권리 유형별 보장 인식을 비교</li> <li>• 5개 의료소비자권리 유형별 '매우 부족', '부족', '충분', '매우 충분' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 5개 의료소비자권리 유형은 지표 77과 동일</li> </ul>
79	사교육서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 학원·보습 교육, 학습지, 교재·교구 이용 등 사교육서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 사교육서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>
80	경조사지원서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 결혼식, 장례식, 회갑, 돌잔치 등 가족행사와 관련된 경조사지원서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 경조사지원서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
81	이동통신서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 이동통신서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 이동통신서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
82	신차 구매 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 신차 구매 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 신차 구매 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑪ 기타</li> </ul>
83	차량정비·수리서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 차량 정비·수리서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 차량 정비·수리서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
84	교통·운송수단의 안전사고 불안감 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 교통·운송 수단을 이용하면서 위해 발생을 우려하는 소비자비율</li> <li>• 5개 교통·운송 수단별 응답 모두를 합한 전체의 '매우 불안', '약간 불안', '약간 안심', '매우 안심', '잘 모름' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 5개 교통·운송 수단: 개인차량(자동차, 오토바이, 자전거 등), 대중교통(버스, 지하철, 기차 등), 특수교통(항공, 선박 등), 운송시설(승강기, 에스컬레이터 등), 보행시설(일반보도, 횡단보도, 지하도 등)</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
85	교통·운송수단별 안전사고 불안감 인식율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 5개 교통·운송수단별 위해 발생을 우려하는 소비자비율과 수단별 안전사고 불안감 인식율의 비교</li> <li>• 5개 교통·운송 수단별 '매우 불안', '약간 불안', '약간 안심', '매우 안심', '잘 모름' 각 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 5개 교통·운송수단은 지표 84와 동일</li> </ul>
86	금융·보험 거래 시 전체 소비자문제 경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 저축, 대출, 투자, 보험 등 금융상품의 거래 시 소비자문제를 경험하는 정도</li> <li>• 8개 소비자문제 유형별 응답을 모두 합한 전체의 '전혀 아니다', '아니다', '그저그렇다', '그렇다', '매우 그렇다', '잘모르겠다' 각 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악.</li> <li>• 8개 소비자문제 유형 : 불완전 판매, 부당 표시광고 및 불공정약관, 사전담합 의혹, 금융사기 우려, 금융상품정보 이해 어려움, 금융상품거래 불안, 금융상품 선택 비교정보 부족, 피해구제 어려움</li> </ul>
87	금융·보험 거래 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 8개 소비자문제 유형별 소비자문제를 경험하는 정도</li> <li>• 8개 소비자문제 유형별 '전혀 아니다', '아니다', '그저그렇다', '그렇다', '매우 그렇다', '잘모르겠다' 각 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악.</li> <li>• 8개 소비자문제 유형은 지표 86과 동일</li> </ul>
88	뷰티·헬스서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 이미용, 피부·체형관리, 대중체육시설 등 뷰티·헬스서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 뷰티·헬스서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
89	여행서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 국내외 여행서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 여행서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
90	문화관람서비스 이용 시 문제유형별 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 문화관람서비스 이용 시 소비자문제를 경험한 경우, 소비자문제 유형별 비율</li> <li>• 1년간 문화관람서비스 이용 과정에서 경험한 소비자문제의 유형 모두를 선택하고 중복응답 집계하여 문제 유형별 비율 파악</li> <li>• 소비자문제유형 : ① 서비스·품질불량 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 불안 ④ 제품선택정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 부당 표시·광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 계약 후 해지의 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제 어려움 ⑫ 기타</li> </ul>
91	여가시설 안전사고 이용율 및 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 여가시설 이용한 소비자비율과 여가시설을 이용한 경우, 안전사고를 경험한 소비자비율</li> <li>• 9개 여가시설별 응답한 모두를 합한 전체의 평균 이용 경험율과 이용 경험자 중 '안전사고 경험 있다', '안전사고 경험 없다' 중 '있다' 응답 비율</li> <li>• 9개 여가시설: 스포츠관람시설, 문화관람시설, 놀이시설, 체력단련시설, 공원, 체험시설, 야영시설, 국내여행지, 국외여행지</li> </ul>
92	여가시설별 안전사고 이용율 및 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 9개 여가시설별 안전사고를 경험한 소비자비율</li> <li>• 9개 여가시설별 이용 경험율과 이용 경험자 중 '안전사고 경험 있다', '안전사고 경험 없다' 중 '있다' 응답 비율</li> <li>• 9개 여가시설은 지표 91과 동일</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
93	연간 소비자피해 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 소비생활 과정에서 1회 이상 소비자피해를 경험한 소비자비율</li> <li>• 1회 이상 소비자피해 경험 '있다', '없다' 중 '있다' 응답 비율</li> <li>• 소비자피해: 제품의 결함이나 하자 등으로 인해 신체·생명·재산 상 실제 손해의 발생</li> </ul>
94	연간 소비생활 분야별 소비자피해 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 12개 소비생활 분야별 소비자피해를 경험한 소비자비율과 소비생활 분야별 피해경험율의 비교</li> <li>• 12개 소비생활 분야: 의생활, 식생활, 주생활, 의료서비스, 교육서비스, 정보통신 서비스, 자동차·교통서비스, 금융서비스, 경조사지원서비스, 뷰티·헬스서비스, 문화·여가서비스, 기타 분야</li> </ul>
95	연간 소비자피해경험자 1인당 피해액	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 소비생활 과정에서 1회 이상 소비자피해 경험이 있는 소비자 1인당 피해액 합계의 평균</li> <li>• 소비자 1인당 피해액: 피해경험이 있는 소비자가 피해를 경험한 소비생활 분야별 (피해 제품의 구매 금액×구매금액 대비 피해율)의 합계액</li> </ul>
96	연간 소비생활 분야별 소비자피해경험자 1인당 피해액	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 12개 소비생활 분야별 피해를 경험한 소비자 1인당 피해액과 분야별 피해액의 비교</li> <li>• 분야별 소비자 1인당 피해액: 피해 제품의 구매 금액×구매금액 대비 피해율</li> <li>• 12개 소비생활 분야는 지표 94와 동일</li> </ul>
97	연간 거래유형별 이용율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 14개 거래유형별 이용경험이 있는 소비자비율</li> <li>• 14개 거래유형별 '매월 이용', '몇 달에 한번 이용', '이용 안함' 중 '이용 안함'을 뺀 비율</li> <li>• 14개 거래유형: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 점포거래: 백화점, 대형마트, 편의점, 재래시장</li> <li>- 특수거래: 다단계, 방문판매, 전화권유판매, 계속거래</li> <li>- 전자상거래: TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 모바일쇼핑, 해외직구</li> <li>- 기타: 생산자 직거래, 생활협동조합 거래</li> </ul> </li> </ul>
98	점포거래 유형별 매월 이용율 및 이용횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 점포거래 유형별 매월 이용하는 소비자비율 및 매월 이용하는 경우의 횟수</li> <li>• 점포거래 유형별 '매월 이용', '몇 달에 한번 이용', '이용 안함' 중 '이용 안함' 중 '매월 이용' 응답 비율과 '매월 이용' 하는 경우의 횟수</li> <li>• 점포거래: 백화점, 대형마트, 편의점, 재래시장</li> </ul>
99	특수거래 유형별 연간 이용횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특수거래 유형별 연간 이용하는 경우의 횟수</li> <li>• 특수거래: 다단계, 방문판매, 전화권유판매, 계속거래</li> </ul>
100	전자상거래 유형별 매월 이용율 및 이용횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래 유형별 매월 이용하는 소비자비율 및 매월 이용하는 경우의 횟수</li> <li>• 전자상거래 유형별 '매월 이용', '몇 달에 한번 이용', '이용 안함' 중 '이용 안함' 중 '매월 이용' 응답 비율과 '매월 이용' 하는 경우의 횟수</li> <li>• 전자상거래: TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 모바일쇼핑, 해외직구</li> </ul>
101	전자상거래 유형별 매월 구매금액 및 1회당 구매금액	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전자상거래 유형별 매월 이용하는 경우, 매월 평균 구매금액과 1회당 평균 구매금액</li> <li>• 매월 평균 구매금액은 (1회당 평균 구매금액×매월 이용횟수)</li> <li>• 전자상거래: TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 모바일쇼핑, 해외직구</li> </ul>
102	생산자 직거래 및 생협 연간 이용횟수	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 생산자와 직거래 및 생활협동조합을 이용한 경험이 있는 경우, 이용횟수</li> </ul>
103	연간 거래유형별 소비자피해 경험율	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 14개 거래유형별 소비자피해를 경험한 소비자비율과 거래유형별 피해 경험율의 비교</li> <li>• 14개 거래유형별 '피해경험 있다', '피해경험 없다' 중 '있다'의 응답 비율</li> <li>• 14개 거래유형은 지표 97과 동일</li> </ul>
104	소비규모 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 지출한 가계 소비규모에 대한 만족 수준</li> <li>• '전혀 불만족', '대체로 불만족', '보통', '대체로 만족', '매우 만족', '잘모르겠다' 각 응답 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> </ul>
105	소비자역량 분야별 중요도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자역량 분야별 소비생활을 위해 중요하다고 인식하는 소비자비율</li> <li>• 재무관리 역량, 거래 역량, 소비자시민 역량 각각 전체 중 소비생활에서 가장 중요한 요소로 선택된 응답 비율</li> </ul>

지표 번호	지표명	개념 및 산식
106	소비자역량 분야별 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비생활 과정에서 나타난 분야별 소비자역량에 대한 소비자 스스로의 만족 정도</li> <li>• 재무관리 역량, 거래 역량, 소비자시민 역량 각 분야별 '전혀 불만족', '대체로 불만족', '보통', '대체로 만족', '매우 만족' 각 응답 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> </ul>
107	소비자역량 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비생활 과정에서 나타난 소비자역량 전체에 대한 소비자 스스로의 만족 정도</li> <li>• 소비자역량의 분야별 응답 모두를 합한 전체의 '전혀 불만족', '대체로 불만족', '보통', '대체로 만족', '매우 만족' 각 응답 비율과 5점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 5점 평균 점수는 각 분야별 만족도 점수에 소비자역량 분야별 중요도를 가중치로 곱한 값의 합. [(재무관리 역량 점수* 중요도 비율)+(소비자거래역량*중요도 비율)+(소비자시민역량*중요도 비율)]</li> </ul>
108	소비생활 분야별 중요도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비생활 분야별 삶에서 가장 중요하다고 인식하는 소비자비율</li> <li>• 11개 소비생활 분야 중 중요한 분야를 3개 선택하고 중복응답으로 집계하여 각 분야별 비율 파악</li> <li>• 11개 소비생활 분야: 의생활, 식생활, 주생활, 의료서비스, 교육서비스, 정보통신서비스, 자동차·교통서비스, 금융서비스, 경조사지원서비스, 뷰티·헬스서비스, 문화·여가서비스</li> </ul>
109	소비생활 분야별 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 소비생활 분야별 기대에 비해 만족하는 정도와 소비생활 분야별 만족도의 비교</li> <li>• 11개 소비생활 분야별 '전혀 불만족', '불만족', '만족', '매우 만족' 각 응답 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 11개 소비생활 분야는 지표 108과 동일</li> </ul>
110	소비생활 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최근 1년간 소비생활 전체의 기대에 비해 만족하는 정도</li> <li>• 11개 소비생활 분야별 응답 모두를 합한 전체의 '전혀 불만족', '불만족', '만족', '매우 만족' 각 응답 비율과 4점 평균 및 100점 환산 점수 파악</li> <li>• 4점 평균 점수는 각 분야별 만족도 점수에 소비생활 분야별 중요도(지표 108)를 가중치로 곱한 값의 합. [(의생활 만족도 점수* 중요도 비율)+++ (문화·여가서비스 만족도 점수*중요도 비율)]</li> <li>• 11개 소비생활 분야는 지표 108과 동일</li> </ul>